

# **Psychologischer Kampf im Österreichischen Bundesheer Grundlagen, Verfahren und Strukturen**

**Johann Kratzwald**

## 1. Einleitung

Als Referatsleiter im FGG5 bin ich für die Entwicklung des Bereiches der Geistig-psychologischen Unterstützung zuständig. Daher war es naheliegend, mich auch in dieser Seminararbeit mit diesem Bereich auseinanderzusetzen.

Methodisch erfolgt dies im Wege einer Literaturrecherche und –analyse, bei der aus den Ergebnissen dieser Untersuchungen Ableitungen für die Umsetzung dieses Aufgabenbereiches im Bundesheer getroffen werden sollen.

Da eines der ersten Untersuchungsergebnisse die Feststellung eines Definitionsdefizites war, wird in dieser Arbeit der Aufgabenbereich der im internationalen Kontext als „Psychological Operations“, in den Vorschriften des Bundesheeres als „Psycho-logischer Kampf“ und in der Geschäftseinteilung des Bundesministerium für Landesverteidigung als „Geistig-psychologische Unterstützung“ bezeichnet wird, als „Psychologischer Kampf“ bezeichnet, da dies nach der Vorschriftenlage die offizielle Bezeichnung ist.

Nach einer Darstellung von Einsätzen des Psychologischen Kampfes in unterschiedlichen Zeiten, wird auf den Bereich des bereits erwähnten Definitionsdefizites eingegangen und eine eigene Arbeitsdefinition entwickelt. Daran anschließend wird untersucht, ob für das Österreichische Bundesheer überhaupt ein Bedarf an Kräften und Mitteln für den Psychologischen Kampf besteht. Verfahren und Strukturen für die Durchführung derartiger Einsätze werden untersucht. Dabei steht vor allem ein Vergleich mit der deutschen Bundeswehr im Vordergrund.

Ein Hauptgrund für die Wahl der deutschen Bundeswehr als Vergleichsobjekt besteht vor allem in der Ähnlichkeit bei der Herangehensweise an die Frage, ob im Rahmen des Psychologischen Kampfes auch Falschinformationen eingesetzt werden können, was in beiden Fällen aus ethischen und rechtlichen Gründen abgelehnt wird.

## 2. Beispiele für Anwendungen psychologischen Kampfes

### 2.1 Beispiele aus der Antike

#### 2.1.1 Xenophon

In Tarsoi, einer Stadt in Kilikien, verweigern die griechischen Soldaten zunächst die weitere Teilnahme am Feldzug gegen den persischen König, weil dieses Ziel nicht vorgesehen gewesen war. Erst durch eine – mit Kyros abgesprochene – Ansprache des Feldherrn Klearchos über die eigentlichen Ziele des Feldzuges sind die Griechen dazu zu bewegen, den Feldzug fortzusetzen.<sup>154</sup> Zielgruppe dieser Ansprache als kommunikative Maßnahme sind die eigenen Streitkräfte, wobei auch Falschinformationen eingesetzt werden.

Nach der Niederlage gegen den persischen Großkönig Xerxes und der Ermordung der griechischen Anführer ist die Stimmung im griechischen Heer auf einen Tiefpunkt gesunken und Xenophon versucht, durch eine Ansprache diesen Zustand zu verbessern.

*„Ich glaube, ihr werdet jetzt dem Heer einen ersten großen Dienst erweisen, wenn ihr dafür sorgt, dass die Feldherrn und Hauptleute, die umgekommen sind, so schnell wie möglich ersetzt werden. Ohne Führer geschieht nirgends, um es kurz zu sagen, etwas Treffliches oder Tapferes; das gilt vor allem auch für den Krieg. Denn in der Ordnung liegt offenbar die Rettung. Unordnung hat schon viele in Verderben gestürzt. Sobald ihr so viel Offiziere, wie wir brauchen, eingesetzt habt, werdet ihr das in dieser Stunde Richtige tun, wenn ihr die Soldaten versammelt und ermutigt. Jetzt habt ihr wohl auch selbst festgestellt, wie mutlos sie zum Waffenplatz gekommen, wie mutlos sie auf Wache gezogen sind; ich weiß nicht, wozu man sie in diesem*

---

<sup>154</sup> Xenophon: Anabasis. Der Zug der Zehntausend. Verlag Artemis & Winkler; Düsseldorf; 1997, S. 23.

*Zustand verwenden könnte, wenn es nachts oder tagsüber nötig wäre. Wenn man sie aber dazu bringen könnte, dass sie nicht nur an das denken, was sie erleiden werden, sondern auch, was sie tun sollen, so werden sie zuversichtlich sein. Ihr wisst ja: weder die Menge noch die Stärke verschaffen im Krieg den Sieg; sondern wer dank den Göttern mit größerer Kraft der Seele auf den Feind losgeht, vor dem weicht meist der Gegner.“<sup>155</sup>*

Auch hier sind die eigenen Streitkräfte die Zielgruppe von Kommunikationsmaßnahmen. Eingesetzt werden jedoch nicht Informationen, sondern es wird ein rein emotionaler Ansatz gewählt. Es kommt auch eindeutig zum Ausdruck, dass dadurch der Kampfwert des griechischen Heeres gestärkt werden soll. Kommunikation dient also in diesem Fall als Kampfwertsteigerung - als „force multipliiert“.

Auf dem Rückzug aus Mesopotamien in die Heimat gelangt das griechische Heer auch in das Land der Makronen. Diese stehen dem Heer skeptisch gegenüber. Schließlich stehen sich das griechische Heer und jenes der Makronen an einem Fluss gegenüber und es kommt auch zu ersten bewaffneten Auseinandersetzungen.

*„Da kam ein Mann von den Leichtbewaffneten zu Xenophon – er sei in Athen Sklave gewesen, erklärte er – und sagte, er verstehe die Sprache dieser Menschen. ‚Ich glaube‘ sagte er, ‚das ist meine Heimat: Und wenn es nicht verboten ist, will ich mit ihnen sprechen.‘ ‚Dem steht nichts im Wege‘ sagte Xenophon, ‚sprich mit ihnen und frag zuerst wer sie sind!‘ Auf seine Frage antworteten sie: Makronen. ‚Frag sie weiter‘ sagte er, ‚warum sie unsere Feinde zu sein wünschen!‘ Sie antworteten: ‚Weil auch ihr gegen unser Land zieht.‘ Da befahlen die Feldherren, ihnen zu sagen: ‚Nicht in schlimmer Absicht, sondern nach einem Krieg mit dem Großkönig kehren wir nach Griechenland zurück und wollen das Meer erreichen.‘ Jene fragten, ob sie dafür Bürgschaft leisteten. Sie*

---

<sup>155</sup> Ebenda S. 149.

*erklärten sich bereit, Bürgschaft zu geben und zu empfangen. Darauf übergaben die Makronen den Griechen eine einheimische Lanze, die Griechen jenen eine griechische. Das waren nach ihrer Auffassung die Unterpfänder. Auch riefen beide Parteien die Götter zu Zeugen an.*<sup>156</sup>

In diesem Fall sind die gegnerischen Streitkräfte die Zielgruppe von Kommunikation. Ziel in dieser Situation ist es, eine Kampfhandlung zu vermeiden und damit die eigenen Streitkräfte vor Verlusten zu bewahren. Kommunikation dient also hier dem Schutz eigener Kräfte, als „force protection“. Neben der reinen Kommunikation ist es für die Lösung des drohenden Konfliktes auch wesentlich, die kulturellen Besonderheiten des Gegenübers zu erkennen und darauf einzugehen.

### 2.1.2 Julius Caesar

Vor dem ersten Gefecht gegen den germanischen Fürsten Ariovist wurde der Kampfwert des gallischen Heeres zunächst wesentlich geschwächt.

*„Während Caesar sich wenige Tage bei Vesontio aufhielt, um die Getreideversorgung und den Nachschub zu regeln, ergriff das ganze Heer plötzlich ein solcher Schrecken, dass die Gemüter aller nicht ein wenig in Panik gerieten. Dies ging auf Erkundigungen, die unser Heer eingezogen hatte, und auf Äußerungen der Gallier und Händler zurück. Sie erklärten beharrlich, die Germanen seien von ungeheurer Körpergröße unglaublich tapfer und waffenerprobt, und wenn sie mit ihnen des öfteren zusammengestoßen seien, hätten sie nicht einmal die Mienen und den scharfen Blick ihrer Augen aushalten können. Die Furcht ergriff zuerst die Militärtribunen, Präfekten und die Kriegsteilnehmer, die Caesar aus Freundschaft von Rom gefolgt waren und keine große Kriegserfahrung hatten. .... Allmählich verwirrten sie mit ihren Reden und ihrer Furcht auch die, die schon lange an den Kriegsdienst gewöhnt waren: Soldaten,*

---

<sup>156</sup> Ebenda S. 253.

*Centurionen und Anführer der Reiterei. ... Eine dritte Gruppe meldete Caesar sogar, wenn er den Befehl gäbe, das Lager abzubrechen und den Marsch anzutreten, würden die Soldaten aus Furcht seinen Befehl missachten und nicht abmarschieren.*<sup>157</sup>

Es bedurfte einiger Überredungskunst von Caesar, um diese Informationen zu entkräften und den Kampfwert des römischen Heeres wieder herzustellen. Es wäre den Galliern und den Germanen beinahe gelungen, durch Falschinformationen und das Ausstreuen von Gerüchten, die römischen Truppen zu besiegen.

Doch auch die Römer verstanden sich auf den Einsatz von Falschinformationen, um die eigenen militärischen Ziele zu erreichen. So schickte der Feldherr Titurius Sabinus einen „Agenten“ in das Lager der feindlichen Veneter, nachdem er sich vorher in seinen Aktivitäten sehr zaudernd verhalten hatte.

*„Sobald der Gallier als Überläufer zu den Feinden gelangte, stellte er ihnen die Furcht der Römer vor Augen und erläuterte, vor welcher schwieriger Lage sich Caesar selbst durch den Angriff der Veneter gestellt sehe. Sabinus sei nahe daran, das Heer in der folgenden Nacht heimlich aus dem Lager wegzuführen und in Marsch zu setzen, um Caesar zu Hilfe zu kommen. Als die Feinde das hörten, riefen alle, eine solche Gelegenheit, ihr Vorhaben zu einem guten Ende zu bringen, dürften sie nicht vorbeigehen lassen.“*<sup>158</sup>

Aufgestachelt durch die falschen Informationen griffen die Veneter die Römer an und erlitten eine schmerzhaftige Niederlage.

Doch nicht nur im Umgang mit Feinden, sondern auch bei der Behandlung von freundlich gesinnten Stämmen wurden durch die Römer deren Besonderheiten berücksichtigt. Dies zeigte sich beim

---

<sup>157</sup> Caesar, Gaius Julius: Der Gallische Krieg. Reclam, Stuttgart 1999, S. 61.

<sup>158</sup> Ebenda S. 158.

Versuch Caesars, den Stamm der Haeduer zur Anerkennung der römischen Macht zu bewegen.

*„Da es nach den Gesetzen der Haeduer den Inhabern des höchsten Amtes nicht gestattet war, das Stammesgebiet zu verlassen, beschloss er, selbst zu den Haeduern aufzubrechen, um den Anschein zu vermeiden, er habe in ihre Verfassung und ihre Gesetze eingegriffen.“<sup>159</sup>*

Hier wurde ein Verhalten angewendet, das auf die kulturellen Besonderheiten des Gegenübers eingeht, um dessen Zustimmung und Unterstützung für das eigene Vorhaben zu gewinnen. In der heutigen Terminologie wird dies als „Cultural Awareness“ bezeichnet.

Da noch eine Vielzahl von ähnlichen Beispielen gebracht werden könnten, zeigt es sich, dass kommunikative Maßnahmen von beiden Seiten zu unterschiedlichen Zwecken eingesetzt werden. Dabei richten sich diese Maßnahmen an eigene, feindliche und auch neutrale Zielgruppen.

---

<sup>159</sup> Ebenda S. 415.

## 2.2 Psychologischer Kampf im Zweiten Weltkrieg

Wie in den bisher erwähnten Auseinandersetzungen in der Antike und den folgenden Konflikten, wurde auch im Zweiten Weltkrieg auf die Einsatzmöglichkeiten kommunikativer Maßnahmen in einer bewaffneten Auseinandersetzung nicht verzichtet. Die Totalität der kriegerischen Handlungen fand ihre Entsprechung auch in der psychologischen Kampfführung und keine Seite verzichtete auf diese Kampfmittel.

Die deutsche Wehrmacht richtete 1939 eine eigene Propaganda-Abteilung im Führungsstab der Wehrmacht ein, deren Leiter der spätere Generalmajor Hasso von Wedel wurde und man begann mit dem systematischen Aufbau einer Propagandatruppe, die zunächst zu den Nachrichtentruppen gehörte.

*„Die reguläre Mannschaftsstärke einer PK (= Propagandakompanie) betrug Anfang 1939 154 Mann, erhöhte sich bei Beginn des Krieges gegen die Sowjetunion auf 209 und ging bis Anfang 1944 auf 121 zurück. Jede PK verfügte über die Abteilungen Wort, Bild, Film, Rundfunk, Kriegsmaler, Aktiv-Propaganda sowie Druck und war mit entsprechenden Geräten und einer Werkstatt ausgerüstet. Im Normalfall bestand eine PK aus zwei leichten Kriegsberichterzügen (je ein bis zwei Bild- und zwei bis drei Wortberichter), einem schweren Kriegsberichterzug (zwei bis drei Bild und vier bis fünf Wortberichter, ein Rundfunkberichter- und ein Filmberichtertrupp), einem Propaganda-Zug (mit Personal für die Flugblattherstellung, einem Lautsprechertrupp, einem Filmvorführtrupp und Personal für die Herstellung von Frontzeitungen), einem Auswerterzug samt Bild- und Filmlabor und schließlich der Arbeitsstaffel für allgemeine Arbeiten.“<sup>160</sup>*

---

<sup>160</sup> Boll, Bernd: Die Propaganda-Kompanien der Wehrmacht 1938 – 1945. In: Stadelmann, Christian/Wonisch, Regina (Hrsg.): Brutale Neugier. Brandstätter; Wien 2003, S. 39.



Die Aufgaben dieser Einheiten verschoben sich im Verlaufe des Krieges. Zunächst hatten sie Material für die Berichterstattung in den Medien – nach Zensur – bereit zu stellen. Dann verlagerte sich die Tätigkeit auf den Bereich der „Aktiv-Propaganda“, zu der folgende Maßnahmen zählten: Verteilung von Flugblättern, Aufrufe an gegnerische Streitkräfte mittels Lautsprecherwagen, Betreiben von Rundfunksendern und Zeitungen in den besetzten Gebieten, aber auch Filmvorführungen und Frontzeitungen für die eigenen Kräfte.

Für den Bereich der Sowjet-Armee hat dies Lew Kopelew sehr eindrücklich beschrieben.

*„Im Sommer, als wir begannen, die Deutschen in Bjelorusland einzukesseln, wurde ich zu Sabaschtskij's Abteilung abkommandiert und zum Führer einer großen Gruppe bestimmt, die mit zwei Lautsprecherwagen ausgerüstet war.*

*Wir hatten zwei Frontbeauftragte des Nationalkomitees Freies Deutschland bei uns: Dieter und Hans R. Jedem war ein Begleitoffizier zugeteilt, Hauptmann D. aus unserer Abteilung für Dieter und Hauptmann K., ein Mitarbeiter aus der Armee-Abteilung, der auch den Armee-Lautsprecherwagen befehligte, für Hans R.*

*Ein paar Tage zogen wir über Straßen und durch Dörfer, hielten an, richteten unsere Lautsprecher auf den Wald und forderten die deutschen Soldaten auf, sich in Gefangenschaft zu begeben. Sie kamen einzeln oder in kleinen Gruppen, und wir schickten sie ohne Bewachung nach hinten mit einem Zettel ‚so und so viele Überläufer auf dem Weg zum Sammelpunkt.‘ ...*

*Aber es gab auch deutsche Widerstandsnester mit Panzern und schwerer Artillerie. Auf so ein Widerstandsnest stießen wir im Wald hinter dem Dorf Dratschewka, nördlich der Minsker Chaussee. Wir machten ein paar Sendungen: zuerst getragene Musik, dann sprachen Dieter, Hans und ein paar deutsche*

*Soldaten, die sich erst kürzlich in Gefangenschaft begeben hatten.*<sup>161</sup>

Auch hier wird wiederum die unterschiedliche Funktion kommunikativer Maßnahmen deutlich. Zum einen dienen sie dazu, die Wirksamkeit eigener Maßnahmen zu erhöhen (force multiplier) und zum anderen dazu, die Kampfkraft des Gegners herabzusetzen und dadurch zum Schutz der eigenen Truppen beizutragen (force protection). Deutlich wird hier auch der Umstand, dass die Kräfte der psychologischen Kampfführung in hohen Führungsebenen angesiedelt sind. Dies unterstreicht die Bedeutung, die diesen Maßnahmen zugemessen wird. Auf beiden Seiten wurden aber auch massiv „graue“ und „schwarze“ Informationen eingesetzt. Es kam also nicht auf den Wahrheitsgehalt an, sondern es wurden bewusst falsche Informationen verwendet. Diese Art der Anwendung kommunikativer Maßnahmen führte dazu, dass in vielen Bereichen ein großes Misstrauen gegen derartige Aktivitäten entstand, das bis heute nachwirkt.

### **2.3 Aktuelle Anwendungen des Psychologischen Kampfes**

Wie die Beispiele aus der Geschichte gezeigt haben, hat keine kriegführende Partei auf Kommunikationsmaßnahmen verzichtet, um ihre Zielerreichung zu unterstützen und zu fördern. Ziel dieser Arbeit ist es nicht, alle aktuellen Einsatzmöglichkeiten des Psychologischen Kampfes darzustellen, sondern ich beschränke mich auf eine auszugswise Demonstration dieser Anwendungen im aktuellen Irak-Konflikt.

Die Streitkräfte der Vereinigten Staaten von Amerika und ihre Verbündeten legten großen Wert auf die Durchführung von Maßnahmen kommunikativer Natur bei der Vorbereitung und

---

<sup>161</sup> Kopelew, Lew: *Aufbewahren für alle Zeit!* München 1979, S. 67.

Durchführung des Irak-Feldzuges. Folgende Maßnahmen wurden laut NATO Review dabei eingesetzt:

- Vor dem ersten Angriff am 20. März 2003 wurden 40 Millionen Flugblätter über dem Irak aus Flugzeugen abgeworfen, weitere 40 Millionen noch einmal während der Operationen;
- Ein wichtiges Einsatzmittel stellte der Rundfunk dar. Dabei wurden luftgestützte Rundfunkstationen auf dem Flugzeug EC-130E (Commando Solo) verwendet oder eigene Rundfunkstationen in der Nähe der Ballungszentren errichtet, wie der britische Sender „Radio Nahrein“ in der Nähe von Basra;
- Es wurden auch Radiosender eingesetzt, bei denen die eigentliche Herkunft der Informationen nicht bekannt gegeben wurde, wie bei „Radio Tikrit“. Dieser Sender gab vor von regimetreuen Irakern aus dem Raum Tikrit geleitet zu werden und schwenkte von einem anfänglichen Pro-Saddam-Kurs auf eine regimekritische Linie um. Auch die Zeitschrift NATO Review sieht den Einsatz derartiger „grauer“ bis „schwarzer“ Einsatzmittel sehr kritisch, da dadurch die Glaubwürdigkeit aller Maßnahmen im Rahmen von Psychological Operations gefährdet wird;
- Zu den moderneren Einsatzmitteln zählten SMS und E-Mails, die direkt an Entscheidungsträger des irakischen Regimes geschickt wurden. Während in der Bevölkerung der Zugang zum Internet nicht sehr verbreitet ist und zahlreichen Beschränkungen unterliegt, verfügten die führenden Vertreter der Staatsmacht sehr wohl über diesen Zugang, weshalb diese Einsatzmittel sehr wohl ihre Adressaten erreichten;
- Auch taktische Elemente mit Lautsprecherwagen und einem Übersetzer kamen zum Einsatz, die bestimmten Einheiten des Heeres oder der Marineinfanterie direkt zugeordnet wurden. Dabei haben sich diese Elemente (wie auch schon in vorherigen Einsätzen) bewährt, da sie dazu beitrugen, isolierte irakische Einheiten zur Kapitulation zu

bewegen oder die Kontrolle über irakische Gefangene aufrecht zu erhalten.

Die Anwendung von Maßnahmen der psychologischen Kampfführung ist jedoch nicht auf konventionell strukturierte, moderne Streitkräfte beschränkt. Auch Gruppierungen mit geringerem Strukturierungsgrad greifen in Szenarien der asymmetrischen Kriegsführung auf dieses Einsatzmittel zurück. Auch diese Anwendungsmöglichkeit kann mit einem Beispiel aus dem aktuellen Irak-Konflikt illustriert werden.

Wegen der zahlreichen Anschläge auf US-amerikanische Militäreinrichtungen in den großen irakischen Städten beschloss das US-Militär, seine Einrichtungen aus den Stadtzentren in die Randbereiche der Städte zu verlegen.

*„Die Rebellen nutzten die scheinbare Rückwärtsbewegung für Propaganda aus. Seit einigen Tagen werden in Ramadi Flugblätter verteilt, auf denen nicht weniger als ein Dutzend Widerstandsgruppen Verhaltensmaßregeln für die ‚Zeit nach dem amerikanischen Rückzug‘ bekannt geben. Die ‚besiegten‘ US-Kräfte, so heißt es da, verlassen gedemütigt das Schlachtfeld. Die Einwohner sollen sich darauf gefasst machen, dass es danach Checkpoints der Guerillas an den Ein- und Ausfahrten geben wird, dass ‚Plünderer erbarmungslos getötet werden‘ ebenso wie Kollaborateure. Ähnlich werde es ‚nach dem amerikanischen Rückzug aus dem Irak‘ im ganzen Land zugehen.“<sup>162</sup>*

Diese Aktivitäten beweisen, dass psychologische Maßnahmen gerade einem unterlegenen Gegner von großem Nutzen sind, da dadurch die üblicherweise geringen Ressourcen geschont werden und mit kleinem Aufwand eine große Wirkung erzielt werden kann.

---

<sup>162</sup> *Die Welt* vom 3. Feber 2004, S. 5.

### 3. Definitionen

#### 3.1 Definitionen im internationalen Bereich

Derartige Maßnahmen in einem Konflikt, bei dem wesentliche Auswirkungen ohne Einsatz von Waffen erzielt werden, werden in verschiedenen Bereichen unterschiedlich bezeichnet. Im englischen Sprachraum wird für derartige Aktivitäten der Begriff „Psychological Operations“ (PSYOPS) verwendet, der folgendermaßen definiert ist:

*„Psychological Operations are planned psychological activities in peace, crisis and war directed to enemy, friendly and neutral audiences in order to influence attitudes and behaviour affecting the achievement of political and military objectives.“<sup>163</sup>*

Dabei sind Psychological Operations ein Teilbereich der Information Operations und gliedern sich in strategische PSYOPS, in PSYOPS zur Konsolidierung, in PSYOPS am Gefechtsfeld und bei friedensunterstützenden Einsätzen.

In der deutschen Bundeswehr wurde für denselben Tätigkeitsbereich die Bezeichnung „Operative Information“ eingeführt.

*„Operative Information wirkt mit kommunikativen Methoden unter Nutzung von Druckerzeugnissen, Lautsprecheranlagen mit großer Reichweite, Hörfunksendungen, TV-/Videobeiträgen und Internet sowie sonstigen zur auftragsgerechten Erreichung von Zielgruppen geeigneten Medien auf Zielgruppen im Einsatzgebiet ein, um deren Einstellungen und Verhalten zu beeinflussen, Vertrauen und Unterstützung für den eigenen Auftrag zu erzielen und damit zum Schutz eigener Kräfte beizutragen.“<sup>164</sup>*

---

<sup>163</sup> NATO: Psychological Operations Policy (MC 402), Brüssel 1998, S. 2.

<sup>164</sup> Generalinspekteur der Bundeswehr: Teilkonzept Operative Information der Bundeswehr. Berlin 2002, S. 3.

Die Aussagen dieser Definitionen lassen sich in mehrere Faktoren zerlegen:

- Eine Person oder eine Gruppe wirkt durch psychologische Aktivitäten (im englischen Sprachgebrauch) oder mit kommunikativen Methoden (in der deutschen Definition) auf eine andere Person oder Gruppe ein. Es ist somit im Sinne von Max Weber ein soziales Handeln, „*welches seinem von dem oder den Handelnden gemeinten Sinn nach auf das Verhalten anderer bezogen wird und daran in seinem Ablauf orientiert ist.*“<sup>165</sup>
- Dieses soziale Handeln hat zunächst die allgemeine Intention, eine Mitteilung weiterzugeben und dadurch eine Verständigung herstellen;
- Darüber hinaus besteht auch eine spezielle Intention durch die Absicht bestimmte Interessen zu realisieren. Diese Interessen sind in den Definitionen auch klar angegeben, indem es darum geht, die Einstellungen und das Verhalten der Zielgruppe zu beeinflussen sowie Vertrauen und Unterstützung für den eigenen Auftrag zu erzielen;
- In der Definition der deutschen Bundeswehr kommt noch hinzu, dass diese Aktivitäten als vermittelter Prozess zu verstehen sind, bei denen die Kommunikation mit sekundären und tertiären Medien hergestellt wird. Dabei sind unter sekundären Medien solche zu verstehen, die auf der Produktionsseite, aber nicht auf der Empfängerseite ein technisches Gerät erfordern (Flugblatt, Plakat, Lautsprecherdurchsage, ...), während tertiäre Medien sowohl auf der Produktionsseite als auch auf der Empfängerseite technische Geräte benötigen (Radio, Fernsehen, Internet, ...).<sup>166</sup>

Es ist also festzustellen, dass es bei diesen Maßnahmen nicht – wie in der englischsprachigen Definition – um psychologische Aktivitäten geht, sondern eindeutig um Kommunikation.

---

<sup>165</sup> Weber, Max zit. nach Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Wien/Köln/Weimar 1998, S. 24.

<sup>166</sup> vgl.: Burkart: Kommunikationswissenschaft. S. 36.

## 3.2 Definitionen im Österreichischen Bundesheer

Im Sprachgebrauch des Österreichischen Bundesheeres ist die Definitionslage derzeit nicht eindeutig geregelt.

### 3.2.1 Militärische Begriffe

In der Dienstvorschrift Militärische Begriffe (MiB), der Grundlage des heimischen militärischen Sprachgebrauches, gibt es folgende Definitionen, die in den Aufgabenbereich von Information Operations und Psychological Operations fallen oder die in Beziehung dazu stehen:

Elektronische Kampfführung ist die Gesamtheit aller Maßnahmen unter Ausnutzung elektromagnetischer Energie in aktiver und passiver Form zur Fernmelde- und elektronischen Aufklärung sowie zu elektronischen Gegen-, Schutz- und Unterstützungsaufgaben. (180, S. 34)

Kampfkraft ist das Leistungsvermögen einer Truppe für den Einsatz; sie wird bestimmt vor allem durch den physischen, psychischen, materiellen und ausbildungsmäßigen Zustand. (361, S. 66)

Militärische Sicherheit ist die Gesamtheit aller Maßnahmen zur Herbeiführung und Aufrechterhaltung eines Schutzzustandes für jede Truppe, Dienststelle, militärische Anlage, Einrichtung und sonstigen militärisch genutzten Raum durch Verhinderung von Ausspähung, Sabotage und Subversion, örtlich angemessenen Objektschutz, Wahrung militärischer Geheimnisse und Stärkung der Widerstandsfähigkeit der Truppe gegen Methoden des psychologischen Kampfes; diese Maßnahmen sind von den

Kommandanten aller Führungsebenen im jeweils zutreffenden Umfang wahrzunehmen. (456, S. 81)

Psychologischer Kampf ist eine Form der Auseinandersetzung, durch welche geistige und seelische Eigenschaften von Soldaten und Zivilbevölkerung planmäßig durch psychologische Kampfmittel, ausgerichtet auf die eigene und/oder feindliche militärpolitische Zielsetzung, beeinflusst werden sollen. (515, S. 91)

Zersetzung ist die Untergrabung des Zusammenhaltes, der inneren Ordnung und der Kampfmoral der Truppe sowie des Wehr- und Widerstandswillens der Bevölkerung. (728, S. 128)<sup>167</sup>

In der Definition des Psychologischen Kampfes sieht man, dass es auch hier darum geht, dass eine Person oder eine Gruppe durch psychologische Kampfmittel auf eine andere Person oder Gruppe einwirkt, wobei die „Kampfmittel“ nicht näher spezifiziert sind. Die bereits oben getroffene Aussage vom sozialen Handeln im Sinne von Max Weber trifft also auch hier zu. Darüber hinaus besteht auch eine spezielle Intention durch die Absicht, bestimmte Interessen zu realisieren. Diese Interessen sind in dieser Definitionen weniger klar angegeben, da es nur darum geht, die Zielgruppen im Sinne der militärpolitischen Zielsetzungen zu beeinflussen. Es kommt in den verschiedenen Definitionen auch zum Ausdruck, dass Maßnahmen des Psychologischen Kampfes unterschiedliche Funktionen haben, so auch hier wiederum als force multiplier und force protection. Die Einbindung des Psycho-logischen Kampfes in die übergeordneten Information Operations kommt hingegen bei den Definitionen der MIB nicht zum Ausdruck.

---

<sup>167</sup> Bundesministerium für Landesverteidigung: Militärische Begriffe. Wien 1991.



### 3.2.2 Truppenführung

Schon die – noch geltende – aus dem Jahr 1965 stammende Vorschrift „Truppenführung“ (TF) geht davon aus, dass mit Maßnahmen der elektronischen Kampfführung stets zu rechnen ist und erwartet in einem Konflikt auch Maßnahmen der psychologischen Kampfführung.

*„Maßnahmen des psychologischen Angriffes umfassen vor allem die Verbreitung falscher oder ungünstiger Maßnahmen über die Führung und die Lage, Versprechungen für den Fall der Einstellung des Kampfes sowie für die Gestaltung der Zukunft, aber auch Drohungen, unter Umständen selbst die Drohung mit dem Einsatz atomarer Kampfmittel.“<sup>168</sup>*

### 3.2.3 Führung des Bataillons und der Kompanie

Diese geht auf den Bereich der psychologischen Kampfführung nicht mehr ein. Dies deutet darauf hin, dass der Tätigkeitsbereich der psychologischen Kampfführung der oberen und mittleren Führung zugeordnet wurde.

---

<sup>168</sup> Bundesministerium für Landesverteidigung: DVBH Truppenführung. Wien 1965, S. 67.

### 3.2.4 Sonstige Definitionen

Neben diesen „offiziellen“ Definitionen gibt es auch noch andere. Das Wesentliche bei diesen ist das Ersetzen des Ausdruckes „Psychologischer Kampf“ durch den Begriff „Geistig-psychologische Unterstützung“, was schließlich auch seine Auswirkung auf die Benennung von Organisationselementen hat.

*„Geistig-psychologische Unterstützung (GPU) ist der militärische Begriff des Bundesheeres für den NATO-Begriff ‚Psychological Operations‘ (PSYOPS). Es ist ein Überbegriff, der Begriffe wie ‚Psychologischer Kampf‘, ‚Psychologische Verteidigung‘ usw. in sich vereint. GPU ist ein wesentlicher Teil vernetzter Zielgruppenkommunikation, hat im Rahmen eines Informationskrieges entscheidende Bedeutung und ist als Verstärkungsfaktor (Force Multiplier) für militärische Operationen/Einsätze zu bewerten.*

*Ziel ist es, die verschiedenen Einsätze und Aufgaben des Bundesheeres unter Beachtung der Prinzipien der Grund- und Freiheitsrechte, der Demokratie und des Rechtsstaates in der geistig-psychologischen Dimension zu unterstützen.*

*Geistig-psychologische Unterstützung weist folgende charakteristische Merkmale auf:*

- sie richtet sich an feindliche, freundliche und neutrale Zielgruppen;
- sie richtet sich an zivile und militärische Zielgruppen;
- grundsätzliche Aufgabe ist die Beeinflussung und Veränderung von Einstellungen und Verhaltensweisen der Zielgruppen, um dadurch (demokratisch-rechtsstaatlich legitimierte) politische und militärische Zielsetzungen besser erreichen zu können;
- sie ist – insbesondere im Rahmen der Führung und Planung – sehr eng mit Command and Control Warfare (C2W), mit Public Information (PI) und mit Civil Military Cooperation (CIMIC) verbunden;
- sie ist kein Ersatz für militärische Kräfte und Mittel, aber fast immer Teilbereich eines Einsatzes. Sie kann das ‚Zünglein an der Waage‘ sein, das über Erfolg und Misserfolg eines Einsatzes entscheidet;

- sie zeigt niemals sofort ihre Wirkung und muss daher frühest möglich beginnen.<sup>169</sup>

In diesem Arbeitspapier, das auf Grund eines Auftrages der Abteilung Militärstrategie erstellt wurde, sind alle wesentlichen Punkte enthalten, die auch in den Definitionen der NATO und der Deutschen Bundeswehr enthalten sind:

- Die als Geistig-psychologische Unterstützung bezeichneten Maßnahmen von Psychological Operations werden in den übergeordneten Kontext von Information Operations gestellt;
- Das gestaltende Element der Aktivitäten sind Kommunikationsmaßnahmen, was einen prozesshaften Verlauf verlangt und auf das Herstellen von Einverständnis ausgerichtet ist.

Neu hinzu kommt das Element der Einbindung in ein demokratisches, rechtsstaatliches System, was den Einsatz von „grauer“ und „schwarzer“ Information verbietet. Dieser Forderung ist absolut zuzustimmen.

Eine ähnliche Definition verwendet Weichselberger:

*„Geistig-psychologische Unterstützung (Psychological Operations) umfasst geplante psychologische Maßnahmen im Frieden, in der Krise und im bewaffneten Konflikt. Sie richten sich an gegnerische, verbündete und neutrale Zielgruppen und wirken auf deren Einstellungen und Verhaltensweisen ein. Damit soll das Erreichen politischer und militärischer Ziele erleichtert werden. Hierzu gehören Informationskriegführung, Psychologischer Kampf und Psychologische Unterstützung.“<sup>170</sup>*

Auch er hält sich im Wesentlichen an die Ausführungen der NATO-Definition. Seine Definition ist viel kürzer als jene von Geyer und dadurch „handlicher“. Nicht zutreffend ist allerdings seine

---

<sup>169</sup> Geyer, Georg: Arbeitspapier Büro für Wehrpolitik. Wien 2001, S. 15.

<sup>170</sup> Weichselberger, Wolfgang: Psychological Operations. Militärwissenschaftliche Arbeit am 15. Generalstabs-lehrgang, Wien 2000.

Einrechnung der Informationskriegführung in die Geistig-psychologische Unterstützung, denn diese ist sicherlich die übergeordnete Ebene.

### 3.2.5 Neudefinition

Aus den bisher angeführten Definitionen lässt sich folgende Variante ableiten:

Als „Geistig-psychologische Unterstützung“ bezeichnet man geplante, mit anderen Führungsbereichen abgestimmte Kommunikationsmaßnahmen, grundsätzlich mit eigenen Medien, im Frieden und in den Fällen des § 2 Wehrgesetz, um Einstellungen und Verhalten von Zielgruppen zu ändern und so Vertrauen und Unterstützung für den eigenen Auftrag zu gewinnen. Als Grundlage für die Glaubwürdigkeit dürfen keine Falschinformationen eingesetzt werden. Sie richtet sich an gegnerische, eigene, verbündete und neutrale Zielgruppen. Diese Zielgruppen umfassen Streitkräfte, Konfliktparteien und/oder Bevölkerungsteile im Einsatzraum.

Zu beurteilen ist noch, ob die Verwendung eines eigenen Begriffes, nämlich Geistig-psychologische Unterstützung, erforderlich ist, ob mit dem bisherigen Begriff des Psychologischen Kampfes das Auslangen gefunden werden kann oder ob eine neue Bezeichnung mit der Betonung des kommunikativen Elementes erforderlich ist. Die Forderung nach Übereinstimmung der Definition mit dem tatsächlichen Inhalt und die Rücksichtnahme auf die Akzeptanz in gewissen Kreisen lassen die Einführung eines neuen Begriffes notwendig erscheinen.

## 4. Psychologischer Kampf für das Bundesheer?

Zunächst stellt sich nunmehr die Frage, ob auch für die Armee eines Kleinstaates, der seine Aufgabe bisher in der Verteidigung des eigenen Staatsgebietes sah und in internationalen Konflikten nur im Verbund mit anderen Armeen auf Grund eines völkerrechtlich rechtskräftigen Mandates militärisch wirksam wird, ein Bedarf an Psychologischem Kampf besteht. Daher soll anhand grundlegender Dokumente der militärischen Landesverteidigung festgestellt werden, ob sich daraus ein Bedarf an diesem Bereich militärischer Aufgaben ergibt.

### 4.1 Sicherheits- und Verteidigungsdoktrin

Diese geht von einem umfassenden Sicherheitsbegriff aus, der „sowohl den militärischen als auch den nichtmilitärischen Aspekten der Sicherheit entsprechende Bedeutung beimisst“.<sup>171</sup> Es wird in dieser Doktrin auch festgestellt, dass moderne Gesellschaften im Informationsbereich besonders verwundbar sind, was sowohl den militärischen als auch den zivilen Bereich und in zunehmendem Maße auch die Wirtschaft betrifft.<sup>172</sup> Dies erfordert neue Gestaltungsmittel des sicherheitspolitischen Handelns, auch informations- und kommunikationspolitische. Informationsoperationen – und somit auch Psychologischer Kampf – sind daher auf die entsprechende Ebene bezogene derartige Gestaltungsmittel.

---

<sup>171</sup> Bundeskanzleramt: Österreichische Sicherheits- und Verteidigungsdoktrin. Wien 2002, S. 1.

<sup>172</sup> Ebenda S. 6.

## 4.2 Einsatzdoktrin

Auch die Einsatzdoktrin 2001 geht von einem erweiterten Sicherheitsbegriff aus und hebt die Verwundbarkeit moderner Gesellschaften – sowohl im zivilen als auch im militärischen Bereich – durch Informationskriegsführung heraus.<sup>173</sup>

*„Die ‚Informationskriegsführung‘ ist keine dem Wesen nach militärische Bedrohung. Sie hat aber auch im militärischen Bereich hohe Bedeutung. Im Wesentlichen wird es im strategischen Kontext die Zielsetzung der ‚Informationskriegsführung‘ sein, das staatliche Leben zu lähmen und damit Voraussetzungen zu schaffen, dem Gegner auch ohne Waffengewalt den Willen aufzuzwingen.“<sup>174</sup>*

Um unter den Bedingungen der Informationskriegsführung und des Psychologischen Kampfes die Aufgaben des Bundesheeres erfüllen zu können, wird die Information, Öffentlichkeitsarbeit sowie die Bereitstellung von Mitteln für die psychologische Unterstützung eigener militärischer Handlungen bis hin zum Psychologischen Kampf als notwendige Voraussetzung gesehen.<sup>175</sup>

Aus dieser Formulierung kann abgeleitet werden, dass auch bei Einsätzen auf eigenem Staatsgebiet Maßnahmen des Psychologischen Kampfes für bestimmte Zielgruppen durchzuführen sind. Organisatorisch wird der Bereich des Psychologischen Kampfes dem Führungsstab zugeordnet und als Maßnahme der Führungsunterstützung - auch der territorialen - gewertet. Für die Verfahren und Strukturen der Kräfte für den Psychologischen Kampf ist grundsätzlich von Zielen auszugehen, die Österreich im Rahmen der internationalen militärischen Kooperation erreichen will. Diese

---

<sup>173</sup> Vgl.: Bundesministerium für Landesverteidigung: Konzept für den Einsatz des Österreichischen Bundesheeres (Einsatzkonzept 2001). Wien 2001.

<sup>174</sup> Einsatzkonzept 2001. S. 18.

<sup>175</sup> Ebenda S. 25.

umfassen das Planziel und die gemeinsamen Fähigkeitsziele der EU, aber auch die „Partnership Goals“ der NATO Partnerschaft für den Frieden.<sup>176</sup>

### **4.3 Konzept Führungssystem des Österreichischen Bundesheeres**

Auch dieses Konzept hebt die Bedeutung des Psychologischen Kampfes in modernen Bedrohungsszenarien hervor und sieht die besonderen Belastungen, denen der Soldat dadurch ausgesetzt ist. Durch entsprechende Einsatzvorbereitung sowie Maßnahmen der Menschenführung im Friedensdienstbetrieb sollen die Soldaten auf diese Bedingungen vorbereitet werden.<sup>177</sup> Zunehmende Bedeutung weist dieses Konzept auch der Bedrohung von Führungseinrichtungen durch Aktivitäten im Rahmen von Informationskriegsführung zu. Auch hier wird für diesen Tätigkeitsbereich die Bezeichnung „Psychologischer Kampf“ verwendet, diese Aufgaben dem Führungsstab zugeordnet und auf der operativen Ebene in der Führungszentrale angesiedelt, sofern die Aufgabe des Psychologischen Kampfes überwiegt.<sup>178</sup>

Durchgeführt wird dieser Tätigkeitsbereich unter der Bezeichnung „Geistig-psychologische Unterstützung“ und war als solche gemäß der Geschäftseinteilung des Bundesministeriums für Landesverteidigung von Dezember 2002 bis Feber 2004 im Führungsgrundgebiet 5 des Führungsstabes angesiedelt. Nunmehr ist der Psychologische Kampf in der Aufgabe Informationsoperationen inkludiert und nicht mehr gesondert angeführt.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass alle wesentlichen Konzepte von einem umfassenden Sicherheitsverständnis ausgehen

---

<sup>176</sup> Ebenda S. 105.

<sup>177</sup> Vgl. Bundesministerium für Landesverteidigung: Konzept Das Führungssystem des Österreichischen Bundesheeres. Wien 2000, S. 16.

<sup>178</sup> Vgl.: Konzept Führungssystem. S. 197

und diese Sicherheit durch Maßnahmen im Rahmen von Information Operations bedroht sehen. Daraus ergibt sich für das Österreichische Bundesheer auch der Bedarf an der Fähigkeit zur Durchführung von Aktivitäten des Psychologischen Kampfes. Da sich die o.a. Konzepte auf die Durchführung von Einsätzen sowohl im Inland als auch im Ausland beziehen, ergeben sich nach der derzeitigen Heeresorganisation zwei Bedarfsträger, denen diese Fähigkeit zukommen muss: 1. das Kommando Landstreitkräfte und 2. das Kommando Internationale Einsätze.

#### **4.4 NATO-PfP Partnership Goal G 3540**

Da die Einsätze im Ausland im internationalen Verbund durchzuführen sind, kommt in diesem Bereich der Interoperabilität besondere Bedeutung zu. Um diese Fähigkeit zu erreichen und zu verbessern, gibt es für die NATO-Partnerschaft für den Frieden Interoperabilitätsziele (Partnership Goals), welche die Zusammenarbeit in struktureller, materieller, verfahrensmäßiger und ausbildungsmäßiger Hinsicht verbessern sollen.

Im Bereich des Psychologischen Kampfes ist hier besonders das Partnership Goal G 3540 zu berücksichtigen, das Österreich mit der NATO vereinbart und in dem es angekündigt hat, Kapazitäten für dieses Einsatzspektrum aufzubauen.

*„By the end of 2005 develop or study options for the development of a national psychological operations capability that would allow Austria to contribute elements to NATO led PfP operations as follows:*

- a) To provide each national combat battalion deployed in NATO-led operations with one tactical psychological team (TPT). This team should comprise, as a minimum, two adequately trained and equipped psychological operations specialists (including a vehicle).*



- b) *A contribution to form, together with other nations, a brigade-level psychological operations element in support of NATO-led operations as appropriate.*
- c) *A contribution to a Combined Joint Psychological Task Force. This contribution could be in each functional area of psychological operations or in specific tasks to enable psychological operations to be carried out for a protracted period. Sustainment of such a task force in all NATO-led PfP operations would require a pool of dedicated experts.*<sup>179</sup>

Gegenüber der ersten Fassung dieses Zieles haben sich die Bedingungen etwas erleichtert. Es lässt sich in mehrere Teilziele zerlegen, die in einer zeitlichen Reihenfolge zu erreichen sind:

- Bereithalten von Spezialisten für eine Combined Joint PsyOps Task Force;
- Formierung eines PsyOps-Elementes für die Führungsebene der Brigade im Zusammenwirken mit anderen Nationen;
- Bereitstellung von einem taktischen PsyOps-Team für jedes österreichische Kampfataillon, das im Rahmen einer NATO-geführten Operation eingesetzt ist.

Reduziert hat sich das Ziel zum einen um die Formierung eines PsyOps-Elementes für die Führungsebene des Korps und zum anderen wurde die Anzahl der taktischen PsyOps-Teams bei einem eingesetzten Kampfataillon von zwei auf eines verringert. Neben dem Bedarf, der sich aus den nationalen sicherheitspolitischen und militärischen Dokumenten ergibt, resultiert aus dieser abgeschlossenen Vereinbarung eine Verpflichtung und Notwendigkeit zum Aufbau von Kräften zur Durchführung von Psychological Operations im Österreichischen Bundesheer.

---

<sup>179</sup> NATO Partnership Goal G 3540.

## **5. Verfahren für den Psychologischen Kampf**

### **5.1 Verfahren der deutschen Bundeswehr**

Die Grundlage für das Verfahren der deutschen Bundeswehr findet sich im Teilkonzept Operative Information, das vom Generalinspekteur der Bundeswehr erlassen wurde (FüSKBI4 – Az31-60-05/VS-NfD). Die folgenden Ausführungen beziehen sich auf dieses Teilkonzept.

Im Gegensatz zur Öffentlichkeitsarbeit ist die Operative Information eine Möglichkeit, mit eigenen Mitteln produzierte Informationen an eine Zielgruppe weiterzugeben. Sie – die Operative Information – steht daher in einem unmittelbaren Zusammenhang mit Informationsoperationen und in einer engen Beziehung zur Öffentlichkeitsarbeit.

Als Zielgruppen kommen in Frage:

- Streitkräfte und Sicherheitsorgane gegnerischer oder fremder Staaten;
- Konfliktparteien;
- Zivilbevölkerung.

Öffentliche Medien, verbündete Staaten und internationale Organisationen sowie die eigene Truppe kommen als Zielgruppe grundsätzlich nicht in Betracht. Die Zivilbevölkerung im eigenen Land – in diesem Fall also in Deutschland – kommt als Zielgruppe nur in Frage,

- wenn die Durchführung des Auftrages eigener oder verbündeter Streitkräfte behindert wird oder in der Bevölkerung verdeckt kämpfende Kräfte auftreten;
- der Einsatz zur Durchführung militärischer Operationen notwendig ist;
- die zuständigen zivilen Behörden im Zuge der Amtshilfe die Unterstützung durch die Bundeswehr anfordern.

Die Wirkung der Operativen Information wird als von ihrer Glaubwürdigkeit abhängig gesehen. Daher dürfen Unwahrheiten oder Falschinformationen nicht eingesetzt werden. Ebenso ist auf die kulturellen Besonderheiten des Einsatzraumes Rücksicht zu nehmen, da die Nichtberücksichtigung dieser Eigenheiten von der Zielgruppe auch als Feindseligkeit gesehen werden kann. Weiters sind die Ziele und Inhalte der Operativen Information auf allen Ebenen mit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie der Truppeninformation abzustimmen. Dadurch soll verhindert werden, dass auf verschiedenen Kanälen widersprüchliche Informationen weitergegeben werden.

Grundlage für den Einsatz der Kräfte der Operativen Information sind ministerielle Richtlinien, in denen die Zielgruppen, die grundsätzlich durchzuführenden Maßnahmen, die im Einzelfall festzulegenden Informationsziele und Tabuthemen, die Unterstellungsregelungen sowie die Verfahren für die Freigabe der Produkte der Operativen Information vorgegeben werden.

Im Einsatzraum sind durch die Kräfte der Operativen Information

Im Bereich des Zielgruppenhörfunks:

- Informationen und Anweisungen für Zielgruppen zu redigieren und zu produzieren;
- die Beiträge über unter eigener Verfügungsgewalt stehenden Kurzwellen- (Reichweite 1000 km) und Ultrakurzwellen-Sender (Reichweite bis 70 km) abzustrahlen;

Im Bereich Druckerzeugnisse:

- Redaktion, Entwurf, Satz und Druck von Flugblättern, Flugschriften, Plakaten, Zeitungen und Periodika zur Information/Anleitung/Aufforderung/Anweisung an bzw. von Zielgruppen durchzuführen;
- die erzeugten Flugblätter/Flugschriften bei jeder Witterung und auch aus größeren Abständen in Zielgebiet zu verbringen sowie die Druckschriften zu verteilen;
- im Bereich TV/Video:
  - Videoaufnahmen herzustellen und für diese Beiträge eine Nach- bzw. Endbearbeitung zur Herstellung von sendefähigen TV-

Beiträgen zur Information bzw. Anleitung von Zielgruppen durchzuführen;

- bewegliche Vorführung/Präsentation eigener Videobeiträgen im Einsatzgebiet durchzuführen;
- die hergestellten Beiträge über lokale militärische oder zivile TV-Sender abzustrahlen;

Im Bereich Lautsprechereinsatz:

- direkt und verhaltenswirksam mittels weit reichender Lautsprecheranlagen auf Menschenansammlungen einzuwirken;
- direkte Kommunikation mit der Zielgruppe zur Information, Anleitung bzw. Aufforderung durchzuführen;

Im Bereich Internet:

- die Redaktion und Produktion von Informationen und Anweisungen für Zielgruppen unter Nutzung multimedialer und elektronischer Medien durchzuführen;
- elektronische Möglichkeiten zur Verbringung von Informationen zu erschließen und zu nutzen.

Kräfte der Operativen Information sind nach den Vorgaben des Teilkonzeptes immer aus dem Standort heraus zu unterstützen. Diese Abstützung auf den Standort umfasst den Austausch von Informationen und Konzepten und die redaktionelle Zusammenarbeit zwischen dem Einsatzraum und dem Heimatstandort. Dazu gehört auch die Produktion von technisch aufwändigen Erzeugnissen der Operativen Information im heimatlichen Standort. Voraussetzung für diese Abstützung ist das Vorhandensein leistungsfähiger Datenübertragungsmöglichkeiten unter eigener Verfügungsgewalt. Der Vorteil dieser Abstützung auf den Standort ist, dass der Umfang der im Einsatzraum benötigten Kräfte und Mittel begrenzt werden kann. So ist z.B. das Erstellen und Warten von Internetseiten ohne weiteres auch aus großem Abstand vom Einsatzort möglich.

## **5.2 Mögliches Verfahren für das Österreichische Bundesheer**

Abgestimmt auf die österreichischen Verhältnisse und das österreichische Führungssystem, ergibt sich folgende Möglichkeit für ein Verfahren für den Einsatz österreichischer Kräfte für den Psychologischen Kampf. Dieses Verfahren entspricht dem Regelkreis der Führung und besteht aus den Elementen Lagefeststellung, Planung, Befehl, Durchführung und Kontrolle. Ausgelöst wird dieser Kreislauf durch einen Auftrag bzw. die Eigene Absicht in Folge einer Lageentwicklung.

### **5.2.1 Absicht – Auftrag – Wirkungsforderung**

Die Wirkungsforderung entspricht dem Auftrag an die Kräfte für den Psychologischen Kampf. Darin legt das jeweils führende Kommando die Absicht des Psychologischen Kampfes für sich und die nachgeordneten Ebenen fest. Die Wirkungsforderung beschreibt eine gewünschte Einstellungs- oder Verhaltensänderung bei der Zielgruppe als das Ziel des Einsatzes der Mittel des Psychologischen Kampfes. In der Wirkungsforderung müssen daher die Zielgruppe, die Zeit und der Ort beurteilt bzw. vorgegeben werden und sie wird in der Absicht bzw. im Auftrag formuliert. Die Angabe der Zielgruppe ist zugleich die Freigabe dieser Zielgruppe für die Maßnahmen des Psychologischen Kampfes. Für die Kräfte zur Durchführung des Psychologischen Kampfes stellt die Wirkungsforderung den Auftrag dar und wird im Rahmen der Beurteilung der Lage als solcher erfasst.

### **5.2.2 Lagefeststellung**

Die Lagefeststellung beginnt bereits unter gewöhnlichen Verhältnissen. Alle verfügbaren, für einen möglichen Einsatz

relevanten Informationen sind durch ein Analyseelement zusammenzufassen. Wesentlich ist auch, die Informationen aus unterschiedlichen Quellen (z.B. Heeresnachrichtenamt, Abwehramt, verschiedene Forschungseinrichtungen, ...) zusammenzufassen und für die Zwecke des Psychologischen Kampfes aufzubereiten.

### 5.2.3 Die Beurteilung der Lage

#### Das Erfassen des Auftrages

Ziel des Erfassens des Auftrages ist es, die Wirkungsforderung in ihrer gesamten Zielsetzung und Bedeutung zu erkennen und daraus die wesentlichen Leistungen in räumlicher und zeitlicher Hinsicht abzuleiten.

#### Die Beurteilung der Zielgruppen

Diese Beurteilung der Zielgruppen wird als Zielgruppenanalyse bezeichnet. Im englischen Sprachgebrauch wird dafür die Bezeichnung „targeted audiences analysis (TAA)“ verwendet. Sie ist eine umfassende und detaillierte Beurteilung der Lage der Zielgruppen. Sie umfasst:

- äußere Merkmale (Geografie, Ethnie, Organisation, Bewaffnung, Symbole, ...);
- innere Situation (Führung, soziale Strukturen, Werte, Normen, Bedürfnisse und Ängste, ...);
- Kommunikationslage (Bildung, Sprachen, Medien, Zensur, ...) und
- Interdependenzen (Zusammenhänge zwischen Zielgruppen, Beziehungen zu den eingesetzten Kräften, ...).

Auf Grund der angeführten Merkmale sind Stärken oder Schwächen der Zielgruppen, welche eine Möglichkeit der Ansprache bieten, herauszustellen und als Ansatzpunkte zu formulieren. Es ist durch die Zielgruppenanalyse auch festzustellen, durch welche Medien die

Zielgruppen erreichbar sind (Kommunikationslage). Es ist daher nicht möglich, bereits in der Wirkungsforderung festzulegen, welche Medien einzusetzen sind, sondern diese Festlegung kann nur ein Ergebnis der Beurteilung der Lage sein. Dies verlangt von den eingesetzten Kräften des Psychologischen Kampfes jedoch, dass sie die Möglichkeit haben, unterschiedliche Medien einzusetzen. In der Zielgruppenanalyse sind Informationen aus verschiedenen Bereichen des Führungsstabes, wie z.B. der militärischen Sicherheit der Medienlage und der Kommunikationsinfrastruktur einzuarbeiten. Darüber hinaus ist Expertise aus den Fachgebieten Sprachwissenschaft, Religion, Kultur, Soziologie und Geschichte sowohl aus dem militärischen als auch dem zivilen Bereich einzuholen. Die gesammelten Informationen sind in einem Auswertblatt zusammenzufassen.

Eine gründliche Zielgruppenanalyse ist die Voraussetzung für den Erfolg in einem mit psychologischen Mitteln geführten Einsatz.

#### Die Beurteilung der eigenen Lage

Sie stellt die Verfügbarkeit, Leistungsfähigkeit und Eignung der eigenen Kräfte und Mittel fest. Dazu gehört auch die Möglichkeit, bestimmte Tätigkeiten unter Abstimmung auf den heimatlichen Standort durchführen zu können. Voraussetzung für diese Abstützung ist eine ausreichende Fernmeldeverbindung. Zu beurteilen sind auch die Möglichkeiten zur Nutzung nichtmilitärischer Ressourcen zur Auftragsbefriedigung. Insgesamt wird durch die Ergebnisse der Beurteilung der eigenen Lage der Rahmen eigener Handlungsmöglichkeiten abgesteckt.

#### Die Beurteilung des Geländes und der Umwelteinflüsse

Dazu zählen die Beurteilung des Geländes, des Wetters und der Umwelteinflüsse bezogen auf die Wahl des Einsatzes und der Mittel.

Eventuell anfallende Beurteilungspunkte können sein:

- Aufstellungsorte von Rundfunksendern;

- Entlasspunkte für den Einsatz von Ballonen zur Verbringung von Flugzetteln.

### Erwägung der Möglichkeiten

Die Beurteilung der Lage schließt mit dem Feststellen und Abwägen der Möglichkeiten ab. Die einzelnen Möglichkeiten sind auf ihre einzelnen Vorteile und Nachteile hin zu beurteilen. Der Möglichkeit mit den gewichtigsten Vorteilen ist der Vorzug zu geben.

### Entschluss

Der Entschluss ist die Entscheidung des Kommandanten für eine Handlungsmöglichkeit und legt das Wesentliche der Durchführung des Einsatzes fest. Er ist knapp und unmissverständlich zu formulieren und besteht aus folgenden Elementen:

- **wer** Handelnder Truppenteil in seiner Gesamtheit
- **tut was** Tätigkeit der Truppe, Einsatzart
- **mit wem** Kräfteansatz, Schwergewicht der Durchführung, Medien
- **wo** Raum/Richtung/Gebiet der Durchführung
- **wann** Zeit der Durchführung
- **auf wen** genaue Bezeichnung der Ziel- bzw. der Subzielgruppen
- **wie** mit welchen Ansatzpunkten
- **wozu** Zweck, um welche Wirkungsforderung und welches Informationsziel zu verfolgen.



## 5.2.4 Befehl

Der Entschluss, als Ergebnis des vorangegangenen Beurteilungsverfahrens, ist in die Weisung bzw. den Befehl des jeweiligen Kommandos als Wirkungsforderung für die darunter liegende Führungsebene aufzunehmen. Details der Durchführung für die Maßnahmen des Psychologischen Kampfes sind in einer „Besonderen Anweisung für die Maßnahmen des Psychologischen Kampfes“ als Beilage zu regeln. Aufgrund der Ergebnisse der Zielgruppenanalyse sind durch die anordnende Führungsebene gegebenenfalls Sprachregelungen, Tabuthemen und Schwergewichtsaussagen festzulegen. Diese bilden einen wesentlichen Teil der Besonderen Anweisungen.

## 5.2.5 Durchführung

Folgende Einsatzmittel kommen in Betracht:

- Druckerzeugnisse (Plakate, Flugzettel, Zeitungen, ...);
- Audio-visuelle Produkte (Hörfunk, TV, Video, ...);
- Lautsprecheraufrufe;
- Internet (Home-Pages, E-Mail, ...);
- sonstige zur auftragsgerechten Erreichung von Zielgruppen geeignete Medien und Maßnahmen (SMS, persönliche Gespräche, ...).

Die Wahl des jeweiligen Einsatzmittels wirkt sich auch in vielen Bereichen der Durchführung aus.

## Gestaltung

Die Gestaltung ist nach der Zielgruppenanalyse die wesentlichste Phase beim Einsatz von Maßnahmen des Psychologischen Kampfes. Daher hat diese Tätigkeit ausschließlich durch eigene Kräfte zu

erfolgen. Die Ergebnisse der Zielgruppenanalyse haben in die Gestaltung einzufließen. Dabei ist auf die kulturelle Situation der Zielgruppe besondere Rücksicht zu nehmen, um die Akzeptanz der übermittelten Information zu steigern.

### Freigabe

Die erstellten Produkte sind grundsätzlich vor dem Einsatz durch das operative Kommando freizugeben. Zu diesem Zweck ist vom Gestaltungselement (Product Development Center) ein Prototyp des Produktes diesem Kommando vorzulegen. Die genauen Verfahren und Abläufe zur Freigabe von Einsatzmitteln sind in den bereits erwähnten Besonderen Anweisungen festzulegen.

### Übersetzung

Nach der Freigabe sind die Medienprodukte soweit erforderlich in die Sprache der Zielgruppe bzw. der Zielgruppen zu übersetzen. Diese Übersetzung kann unter Abstützung auf eigene Ressourcen – auch in der Heimatgarnison – oder unter Nutzung von Ressourcen im Einsatzraum erfolgen. Bei Abstützung auf Ressourcen im Einsatzraum ist grundsätzlich ein Kontrollmechanismus vorzusehen. Ein solcher Kontrollmechanismus kann die Übersetzung durch unabhängige Übersetzer und Vergleich der beiden Versionen sein.

### Evaluation vor dem Einsatz (Pre-Test)

Freigegebene und übersetzte Produkte sind vor der Anfertigung einer Evaluation zu unterziehen, indem ihre Wirksamkeit und die Akzeptanz an Angehörigen der Zielgruppen erprobt werden. Diese Phase der Durchführung hat unter Führung der eingesetzten Kräfte für den Psychologischen Kampf zu erfolgen.

## Vervielfältigung

Nachdem die Einsatzmittel freigegeben, übersetzt und vorgetestet wurden, kann die Vervielfältigung des Prototyps erfolgen. Die Art und Weise der Vervielfältigung ist abhängig vom jeweiligen Einsatzmittel. Unabhängig von den technischen Anforderungen des Produktes sind dabei drei Varianten möglich:

- Produktion durch Kräfte des Psychologischen Kampfes im Einsatzraum;
- Vergabe der Produktion an zivile Firmen im Einsatzraum;
- Produktion durch sonstige Einrichtungen des Bundesheeres („Abstützung auf den Standort“).

## Einsatz der Mittel

Wie die Vervielfältigung oder Herstellung der Einsatzmittel ist auch ihr Einsatz abhängig von den technischen Bedingungen. Der Einsatz erfolgt ab dem befehlsgemäß festgelegten Zeitpunkt im befohlenen Raum abgestimmt auf die speziellen Eigenschaften des Mediums durch:

- Einsatz durch Kräfte des Psychologischen Kampfes im Einsatzraum;
- Verteilung, Ausstrahlung und Sendung abgestützt auf zivile Infrastruktur;
- Einsatz durch sonstige Einrichtungen des Bundesheeres.

Mögliche Arten des Einsatzes können sein:

- Abstrahlung von Lautsprecherdurchsagen durch Lautsprecherwagen;
- Anbringen von Plakaten im befohlenen Raum;
- Sendung von Rundfunkdurchsagen durch lokale Sender.
- Freischalten von Home-Pages im Internet usw.

### 5.2.6 Kontrolle

Nach dem Einsatz ist die Wirkung der Produkte in der bzw. den Zielgruppen mit eigenen oder zivilen Ressourcen mit sozialwissenschaftlichen Methoden nach Möglichkeit zu prüfen. Im Kosovo werden diese Maßnahmen teilweise durch das Gallup-Institut durchgeführt, was erhebliche Kosten verursacht. Zu beachten ist, dass Aufwand und Ertrag der Evaluation in einem brauchbaren Verhältnis stehen sollen. Die Notwendigkeit einer Evaluation nach dem Einsatz der Mittel des Psychologischen Kampfes besteht auch dadurch, dass mit einem einmaligen Einsatz kaum eine Wirkung in der Zielgruppe erreicht werden kann. Es ist daher unbedingt erforderlich, diese kommunikativen Maßnahmen über einen längeren Zeitraum wiederholt nach einem genauen Plan durchzuführen und die Ergebnisse der Evaluation in den Prozess einfließen zu lassen.

## **6. Strukturen für Kräfte des Psychologischen Kampfes**

Ziel dieses Abschnittes ist es nicht, orgplanähnliche Strukturen für derartige Kräfte zu entwickeln, sondern darzustellen, welche Fähigkeiten die unterschiedlichen Elemente, die mit Einsätzen des Psychologischen Kampfes befasst sind, haben müssen.

Zunächst einmal ist es erforderlich, die entsprechenden Führungsebenen mit der Fähigkeit auszustatten, diesen Bereich des militärischen Einsatzspektrums zu entwickeln und – auch im internationalen Kontext - zu koordinieren sowie Einsätze des Psychologischen Kampfes zu planen und anzuordnen. Dafür sind Elemente auf der militärstrategischen und operativen Ebene erforderlich.

Während die militärstrategischen Aufgaben der Entwicklung und Koordination eindeutig in das Aufgabenspektrum des Bundesministeriums für Landesverteidigung fallen, ist der Bedarf an der Fähigkeit Einsätze zu planen, anzuordnen und zu führen, näher zu beurteilen.

Die schon eingangs angeführten Überlegungen, dass derartige Aufgaben sowohl bei Einsätzen im eigenen Staatsgebiet als auch bei Einsätzen im Rahmen einer internationalen Kooperation auftreten, führen zwingend dazu, derartige Kapazitäten zur Führung von Einsätzen des Psychologischen Kampfes sowohl beim Kommando Landstreitkräfte als auch beim Kommando Internationale Einsätze zu schaffen. Dies ist durch die Neuorganisation der oberen und obersten Führung bereits in Ansätzen geschehen.

Neben den Strukturen ist die Ausbildung eine weitere Voraussetzung, um die Führungsfähigkeit für diese Einsätze herzustellen. Da die Führung vor allem bei den Kommanden der oberen und mittleren Führung liegen wird, ist der Bereich des Psychologischen Kampfes in die Ausbildung für diese Führungsebenen aufzunehmen. Nach den derzeitigen Ausbildungsabläufen sind dies die Lehrgänge Stabslehrgang 2, Führungslehrgang 2 und höherwertige Ausbildungsgänge. In deren Curricula wäre der Psychologische Kampf als Ausbildungsziel aufzunehmen. Beim Lehrplan des Generalstabslehrganges ist dies bereits geschehen. Parallel zu diesem schulisch vermittelten Wissen ist Fachkompetenz dadurch zu erwerben, dass österreichische Soldaten bei internationalen Einsätzen und Übungen in diesem Fachgebiet tätig sein können. Auch dieser Aspekt wird bereits in die Realität umgesetzt. Besonders erwähnenswert sind hierbei die guten Leistungen, die durch österreichische Offiziere im KdoKFOR im Bereich PsyOps erzielt wurden, obwohl sie keine spezifische Ausbildung vor dem Einsatz hatten. Dies zeigt, dass österreichische Soldaten in Hinblick auf die allgemeine und die militärische Bildung bzw. Ausbildung über ausgezeichnete Grundlagen verfügen, auch in diesem qualitativ hochwertigen Einsatzbereich international bestehen zu können.

Das nächste strukturelle Erfordernis ist ein Kommando, bei dem diese Einsätze angesiedelt sind. Die deutsche Bundeswehr hat für diese Zwecke das Zentrum für Operative Information in Mayen bei Köln geschaffen. Für die Zwecke des Österreichischen Bundesheeres ist zu beurteilen, wo dieses Element angesiedelt ist. Es bieten sich dafür zwei Möglichkeiten an:

- a) Schaffung eines einzelnen Elementes, das alle Bedarfsträger mit den notwendigen Leistungen im Bereich des Psychologischen Kampfes versorgt;
- b) Schaffung eines Elementes bei jedem einzelnen Bedarfsträger; im konkreten Fall wären dies die Kommanden Landstreitkräfte und Internationale Einsätze.

Aus Gründen der Wirtschaftlichkeit und auch der erforderlichen Qualität wird – wie bei der deutschen Bundeswehr – der Schaffung eines einzelnen Elementes der Vorrang zu geben sein, wobei dieses Element dann auf der Ebene der Kommanden der oberen Führung anzusiedeln ist.

Vor allem für den Bereich der internationalen Einsätze und Kooperation ist dieses Element im Sinne von Combined Joint Task Forces mit den Kapazitäten eines Psychological Operations Component Command (POCC) auszustatten. Es muss auch die Fähigkeit haben, zu Übungen und Einsätzen im internationalen Rahmen Einzelpersonen und Module in Stäbe unterschiedlicher Führungsebenen abzustellen. Dies erfordert neben dem Vorhandensein dieser Elemente in Form von präsenten Teilen auch eine Milizkomponente, mit der derartige Abstellungen auch über längere Zeiträume ohne Verringerung der eigenen Leistungsfähigkeit sichergestellt werden können.

Auf der Ebene dieses Strukturelementes sind zentrale Aufgaben, die bei jedem Einsatz im Rahmen des Psychologischen Kampfes anfallen, zusammenzufassen. Dazu zählen die Bereiche Zielgruppenanalyse, Sprachmittlerdienste, Evaluation und Ausbildung.

Unterhalb dieser Ebene ist ein Ausführungselement zu errichten. Bei der deutschen Bundeswehr ist dies das Einsatzbataillon des Zentrums Operative Information in Koblenz, bei dem die durchführenden

Elemente angesiedelt sind. Für die österreichischen Verhältnisse ist zu beurteilen, ob eine derartige Trennung zwischen dem Kommando der Komponenten für den Psychologischen Kampf und den Durchführungsteilen erforderlich ist. Da der Umfang der Kräfte mit Gewissheit geringer sein wird als in der deutschen Bundeswehr, scheint die Zusammenfassung dieser beiden Elemente in einem etwa bataillonstarken Rahmen als günstiger. Die Gliederung dieser Ausführungsteile ist abhängig von der Entscheidung, mit welchen Medien das Österreichische Bundesheer in einem Einsatz Zielgruppen ansprechen will. Da diese Entscheidung erst im Rahmen der Analyse der Zielgruppe getroffen werden kann, erscheint es erforderlich, die Bereiche der Medien Print, Radio, TV/Video, Lautsprechereinsatz und Internet einsatzfähig zu machen und zu halten. Es sind also Durchführungselemente für alle diese Medien erforderlich, die – auch bei geringer Zahlenstärke – das Größenelement einer Kompanie erhalten sollten.

Bei der Anzahl der Einsatztrupps der einzelnen Medien ist wiederum von den Forderungen des Einsatzkonzeptes und des beschriebenen Partnership Goals auszugehen.

Das Einsatzkonzept beinhaltet, dass internationale Einsätze für Soldaten nicht länger als sechs Monate dauern sollen und der Einzelne nur einmal in zwei Jahren einen Auslandseinsatz absolvieren soll. Daraus ergibt sich die Forderung nach der Bereithaltung der vierfachen Anzahl der erforderlichen Elemente. Dabei ist es notwendig, dass die Elemente für die Erstentsendung in einen Einsatz durch präsenste Kräfte gestellt werden können und die Ablöse auch mit Kräften aus dem Milizstand sichergestellt wird.

Aus dem Partnership Goal G 3540 geht hervor, dass für jedes eingesetzte Kampfbataillon ein Trupp für den taktischen Einsatz beizustellen ist. Da Österreich zwei Kampfbataillone für internationale Einsätze eingemeldet hat, sind insgesamt acht Trupps in der Gesamtgliederung vorzusehen. Zusätzlich zu den einzelnen Medien ist eine gemeinsame Betriebs-, Versorgungs- und Instandsetzungseinheit vorzusehen.

## 6. Zusammenfassung

Maßnahmen des Psychologischen Kampfes sind seit dem Beginn der Geschichte ein Mittel gewesen, um in Konflikten die Wirkung eigener Kräfte zu verstärken und sie dabei gleichzeitig zu schützen und zu schonen. Diese Anwendungsmöglichkeiten als Force Multiplier und zum Zwecke der Force Protection bleiben auch unter den Bedingungen einer asymmetrischen Kriegsführung unverändert. Auf der anderen Seite kommt es in den Gesellschaften durch die zunehmende Komplexität zu einer verstärkten Segmentierung. Dies erhöht den Bedarf an einer konzentrierten Zielgruppenkommunikation.

In dieser Situation kommt dem Bereich des Psychologischen Kampfes eine zunehmende Bedeutung zu. Die Benennung dieser Aufgabe ist in keinem Fall optimal gelöst. Es kommt in der Bezeichnung entweder der kommunikative Aspekt, der bei der Durchführung eigentlich im Vordergrund steht, zu kurz oder es ist die Abgrenzung zum übergeordneten Begriff der Information Operations nicht eindeutig.

Das Verfahren zur Durchführung von Maßnahmen im Rahmen des Psychologischen Kampfes soll sich nicht von denen zur Erfüllung anderer militärischer Aufgaben unterscheiden. Das Führungsverfahren ist ein eingeführtes und bewährtes Mittel, das die Richtschnur für das Verfahren bildet. Aufbauend auf dieses Verfahren wären in weiterer Folge die erforderlichen Strukturen zu errichten, wobei der Anhalt für die Erreichung des Partnership Goals G 3540 als ausreichend erscheint. Vor allem in internationalen Kontext bieten die Maßnahmen im Rahmen des Psychologischen Kampfes einen guten Ansatzpunkt, wo Österreich seine vorhandenen Ressourcen im Bildungs- und Ausbildungsbereich ausgezeichnet einbringen und einen Beitrag auf einem hohen qualitativen Niveau leisten kann.